

I. PREMESSA

Il presente Codice Etico esprime i principi, i valori, gli impegni e le responsabilità etiche posti nella conduzione delle attività aziendali dagli amministratori, dai Soci e dai collaboratori, di INFOEASY srl e TECHELLO srl siano essi lavoratori dipendenti o collaboratori esterni.

La decisione di adottare un Codice Etico, da parte delle Società, è finalizzata a rappresentare efficacemente le scelte strategiche ed il modello di comportamento, ponendo al centro del proprio agire la trasparenza, la chiarezza e l'esplicitazione dei valori, in modo che tutti i destinatari possano riconoscersi in essi e sentirsi pienamente partecipi e responsabili.

Tutti coloro che lavorano per le Società, senza distinzioni o eccezioni (i Destinatari), sono impegnati ad osservare e a fare osservare tali principi nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità.

2. I VALORI DI RIFERIMENTO

Le Società improntano la propria azione ai valori di:

ETICA: un valore da intendersi come rispetto delle persone e prima ancora dei ruoli aziendali, tradotto in un impegno reciproco verso l'utilizzo preferenziale del dialogo rispetto a quello dell'autorità

CRESCITA PROFESSIONALE E MERITO: realizzata attraverso la consapevolezza e la trasparenza rispetto alle attività e alle decisioni di breve, medio e lungo periodo.

Valore alle persone di valore, le persone per noi rappresentano un valore e una risorsa.

Nelle relazioni professionali e collaborative promuoviamo e valorizziamo il riconoscimento dei meriti, la moti-

vazione, la comunicazione aperta, onesta e partecipativa, le competenze e le attitudini individuali messe a disposizione del gruppo.

QUALITA' DELLA VITA: l'orizzonte fisico che circonda una persona impegnata nel lavoro influisce sempre sulla qualità delle sue prestazioni, migliorare l'ambiente di lavoro significa trascorrere le principali ore della propria giornata in armonia con il contesto esterno

SODDISFAZIONE DEL CLIENTE: che sarà sempre più elemento in grado di fare la differenza.

Leggere le esigenze dei clienti dal punto di vista del loro business, rispondere ai loro bisogni, condividere obiettivi e traguardi, creare sinergie. Una disponibilità costruttiva per guidare la tecnologia sempre dalla parte del business.

3. REGOLE DI COMPORTAMENTO

Le Società orientano le proprie scelte strategiche e le proprie attività contrattuali ed imprenditoriali al rispetto dei valori indicati.

Tutte le attività delle Società sono svolte nell'osservanza della legge e delle normative in vigore nei paesi in cui operano, nonché delle norme interne, in un quadro di concorrenza leale, onestà, integrità, correttezza e buona fede, nel rispetto degli interessi legittimi dei clienti, soci, dipendenti, partner commerciali e finanziari e delle collettività in cui le Società sono presenti con le proprie attività.

Le Società rispettano le aspettative legittime dei propri interlocutori, ovvero quei soggetti che hanno con le Società stesse relazioni significative e i cui interessi sono a vario titolo coinvolti nella sua attività in modo coerente con la propria missione.

Rientrano in tale contesto in primo luogo i lavoratori dipendenti, i collaboratori esterni, i clienti, i fornitori e i partner economici, ed, in senso allargato, tutti i singoli o gruppi, nonché le organizzazioni e istituzioni che li rappresentano, i cui interessi sono influenzati dagli effetti diretti e indiretti delle attività delle Società per le relazioni che intrattengono con esse: le comunità locali e nazionali, le associazioni, le generazioni future.

I **PRINCIPI** di riferimento si possono così riassumere:

- Flessibilità
- Responsabilità
- Fiducia
- Dinamismo
- Propensione al cambiamento
- Condivisione
- Professionalità

Le Società sono attivamente impegnate nel mantenimento di elevati standard di qualità dei prodotti e dei servizi forniti, a condizioni competitive e nel rispetto di tutte le norme poste a tutela della leale concorrenza, anche attraverso un costante monitoraggio dei bisogni dei clienti.

Tutte le offerte, i contratti e le comunicazioni devono essere chiari, semplici, complete e conformi alle normative vigenti in modo da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del Cliente.

La condotta verso i clienti è caratterizzata da disponibilità, rispetto e cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità.

I RAPPORTI CON I FORNITORI

Le Società richiedono ai propri fornitori, ai propri consulenti e ai propri collaboratori il rispetto dei valori e principi etici corrispondenti ai propri, ritenendo questo aspetto di fondamentale importanza per la

nascita o la continuazione di un rapporto di collaborazione.

I processi di approvvigionamento di beni e servizi sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo, alla concessione delle pari opportunità per ogni fornitore, alla tutela della concorrenza, alla lealtà e all'imparzialità.

La selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni di acquisto sono basate sulla valutazione obiettiva della qualità, del prezzo e della capacità di fornire e garantire servizi di livello adeguato.

LA TUTELA DELL'AMBIENTE

Nella consapevolezza che l'ambiente rappresenterà sempre più in futuro, un aspetto chiave nello sviluppo del benessere della comunità e quindi anche un vantaggio competitivo, in un mercato sempre più allargato ed esigente nel campo della qualità e dei comportamenti, la Società, nell'ambito delle proprie attività, è impegnata a rispettare la normativa in materia di tutela e protezione ambientale, promuovendo una conduzione delle proprie attività incentrata sul corretto utilizzo delle stesse.

4. NORME CONCLUSIVE

Il Codice Etico delle Società fornisce a tutti gli interlocutori informazioni di carattere generale sull'impegno della Società nello svolgimento della propria attività e non intende sostituirsi alle disposizioni normative vigenti ed allo Statuto Sociale, ma porsi come riferimento per un aperto e leale confronto con i propri interlocutori.